

## 「自分のいじ」について SDGsを考える

日本の消費者にとって、持続可能な開発目標（SDGs）はまだまだなじみの薄い言葉だ。採択から2年近くが経ったが、SDGsに対する消費者の理解や取り組みが進んでいるとは言い難い。

今年7月中旬、ニューヨークの国連本部で、ピコ太郎さんが「PPAP」のリズムに乗せて、「貧困をなくそう」などSDGsの17の目標をPRするパフォーマンスを披露したことはニュースでも流れたが、ピンときた視聴者はどれだけいたろうか。国の取り組み報告書に、次のステップとして「広報・啓発活動の強化を通じて、国民の認知度の向上を目指す」と掲げられていることから分かる通り、まずはSDGsという言葉を人々の耳に届けるためには、こうした露出も意味がある。しかし、本当に大事なものは、私たち一人一人がSDGsの本質を理解して、日々の行動に結び付けることだろう。

SDGsが掲げる、2030年までに各国が力を合わせて達成すべき17のゴールは、世界全体で目指すべき重要な目標だ。とはいえ、日本で暮らしている私たちの多くは、こうした目標の重要性を理解しつつも、自分とは縁遠い話として捉えているのではないだろうか。SDGsは国際的な目標だが国連決議そのものに拘束力はない。政府の実施指針も公表されたが、それを

自分の普段の消費活動と結び付けて考え、行動するところまでたどり着くのは簡単ではない。

人は物事を考えるときに、「世界」「日本または国内」「自分とその周辺」という3つの枠を持っている。多くの人にとって大切なのは「自分とその周辺」で、より大きな枠の課題は実感が伴わず、誰か他の人がやるだろうと考えがちだ。

消費者政策において、消費者は行政の事前規制による保護の対象から、市場において公正か



今年7月7日、450人が参加した「第95回国際協同組合デー記念中央集會」で、参加した各組織の実践事例を紹介しながら、協同組合がSDGsの担い手として進めるべき取り組みやネットワークの拡大などについて意見交換を行った。

# 38 Voice

## 「私の選択」が世界を救う

一般社団法人 全国消費者団体連絡会 前事務局長

河野 康子



「生協とエシカル消費～お買い物を通じた未来への参画～」と題した学習会に76人が参加。SDGsを学ぶことで、目指したい未来の姿を考えながら、今すべきことについて話し合うことの大切さに気付く

Profile  
この・やすこ  
1957年山梨県生まれ。公立中学校教諭、いばらきコープ生活協同組合理事、茨城県生協連理事などを経て、2012年から（一社）全国消費者団体連絡会事務局長・共同代表。今年5月よりNPO法人消費者スマイル基金事務局長。

つ持続可能な社会の形成に参画するプレーヤーへと、位置付けが変わりつつある。消費者基本法や消費者教育推進法が示す「消費者市民社会」は、消費者一人一人の判断と行動で社会を変えていくことを求めているが、今の自分だけでなく、未来の世代や地球全体のことまで視野を広げた消費行動を導くためには、判断基準として「SDGsの精神」の浸透が鍵となるはずだ。

### 企業による情報発信が 消費者の理解を深める

そこで、消費者に分かりやすいメッセージを発信するのが、企業の果たせる大きな役割だ。消費者が環境や社会などに配慮した選択を始めようとするとき、企業がグリーンやエシカルな商品、サービスなどを提供していれば、需要と供給の歯車が噛み合う。企業は技術や人材を活用し、利益を生み出しながら課題解決ができる存在だ。近年、企業のCSRの重要性は指摘されてきたが、年次報告書などに記載されている内容が社会貢献としてどれだけの価値を持つのかは分かりにくかった。これまでの取り組みをSDGsに照らし合わせながら整理していくことで、CSRがもたらす価値がより鮮明に社会や消費者へと伝わり、企業そのものの存続にも関わっていくのではないだろうか。企業は正しくSDGsと向き合い、特に本業を通じて、経済と生活のグリーン化に寄与することで存在感

を示してほしい。

現在のところ、消費者団体はSDGsを踏まえた活動には積極的に踏み込めていない。もったいないというフレーズや省エネなどは共感を呼ぶが、SDGsで言及している経済、社会、環境という3つの側面を統合し、国内問題としてだけでなく国際社会の課題として一人一人が意識することは、簡単には実現できない。とはいえ、前進の兆しはある。例えば、日本生活協同組合連合会では、各地域で活動する個別生協を通じてSDGsの課題に対応し始めた。現状でも各地の自治体と地元の生協で「高齢者の見守り協定」「災害時の物資供給協定」「子育て」「食ロス」など多様なテーマで連携協定が結ばれており、最近では複数のテーマを含む「地域活性化包括連携協定」に進んでいる。日々の暮らしと直結する自治体や行政組織とのパートナーシップを築くことで、消費者一人一人の小さな行動が生まれる。その積み重ねによるSDGsへの貢献を目指し、全国各地で組合員を対象とした学習会や、協同組合間の連携を深める取り組みなども始まった。

私たち人間が資源やエネルギーを大量に消費してきたことで、地球が悲鳴をあげている。同時に、貧困の増加や格差拡大など、生活面でもさまざまな問題が発生している。そうした複雑な課題解決へのアイデアのひとつがSDGsであり、私たち消費者も重要なプレーヤーとしてSDGsと向き合う時が来ている。

※「Voice」の内容は、筆者の個人的見解に基づいています。